



GOURMET

PLACERES

Año 02 | Nº 11 | 2025



Fabiolla Peñaflor

Las recetas de Mamá Limonada



Siegel: tradición tánica

Viña Siegel es una bodega de arraigada tradición familiar que escala por varias generaciones, dedicada al arte de producir vinos con identidad, reflejados en su lugar de origen y que rescatan el compromiso y trabajo en familia. Sus principales viñedos se ubican en el Valle de Colchagua, corazón de la reconocida zona vitivinícola de Chile a nivel internacional. De propiedad de la familia Siegel, fundada hace más de 70 años, es hoy administrada por Alberto Siegel padre e hijo, ambos destacados enólogos de larga trayectoria. Tiene más de 700 hectáreas plantadas en viñedos distribuidos en 7 predios ubicados estratégicamente desde los pies de la Cordillera de los Andes en Los Lingues, hasta zonas más costeras como Peralillo y muy cerca del océano Pacífico en el Valle de Leyda.

En los últimos años, Viña Siegel ha desarrollado cambios internamente con la intención de continuar mejorando en su calidad y procesos. Se han incorporado enólogos de gran prestigio y trayectoria, con el objetivo de desarrollar una línea Ultra Premium e implementar normas de calidad de nivel mundial y un completo Plan de Sustentabilidad en la viña. En los viñedos en Colchagua se encuentra una combinación única de suelo, clima y topografía para la producción de vinos de alta gama, con identidad propia y que reflejan fielmente la expresión de su terroir. Entre las variedades que produce Siegel está Cabernet Sauvignon, Carmenere, Merlot, Syrah, Pinot Noir, Viognier, Sauvignon Blanc, Cabernet Franc, Malbec, Petit Verdot, Carignan, Grenache, Mourvedre y Cinsault; teniendo cada uno de sus fundos un suelo único que exacerba las propiedades nobles de estas cepas.

Los Lingues es uno de los principales viñedos de Siegel. Está ubicado en la zona de Los Lingues en Alto Colchagua, y es uno de los lugares más exclusivos de la viña debido a sus paisajes fascinantes, su excelente calidad de uvas y donde mejor se expresa la tipicidad única del valle. Está entre las zonas más reconocidas en Chile para la producción de vino dadas sus características de clima y suelo, que tiene como resultado vinos más estructurados, de excelente calidad, gran cuerpo y color, taninos suaves de fruta fresca y equilibrada. Siegel ha desarrollado acá su línea Premium: su vino Ícono Kentran, cuya última cosecha obtuvo 93 puntos en Wine Spectator. La línea Single Vineyard también.

De la zona ubicada en el Valle de Leyda, Siegel elabora un Sauvignon Blanc categoría Gran Reserva, que destaca por su mineralidad y frescura propios de esta región. También produce su Gran Reserva Pinot Noir, fácil de reconocer por su frescura natural. Los suelos costeros que miran al Océano Pacífico y el enfoque enológico de Siegel, propio del nuevo mundo, le entregan marcadas notas frutales y gran tipicidad varietal. San Alberto de Peralillo, por su parte, es un viñedo que está ubicado a seis kilómetros hacia el interior de Peralillo, en un sector llamado Parrones, en el extremo costero del Valle de Colchagua, lugar privilegiado por su clima que cuenta con influencia costera y que permite producir vinos frescos con una larga madurez. Además, consta de un magnífico suelo originado por las grandes erupciones volcánicas del 'Cordón del Fuego', ubicado en la Alta Cordillera de los Andes. Este viñedo tiene 205 hectáreas plantadas en ocho variedades. De San Alberto de Peralillo se obtienen vinos frescos, sutiles y elegantes, con una evolución rápida y lenta madurez, que ayuda a mantener notas de fruta más fresca y vinos de menos estructura por los suelos más volcánicos.

Finalmente y como parte del proceso de bodegaje de cada uno de los vinos, la bodega de Viña Siegel, construida en el fundo de San Elías en 1980, cumple con los más altos estándares de calidad y tecnología para la producción de vinos finos. Estanques de acero inoxidable de diferentes tamaños y un sistema automatizado de micro oxigenación permiten un manejo óptimo de sus vinos, donde la sala de barricas y la línea de embotellado funcionan bajo los más estrictos parámetros de calidad. En el año 2012, esta se renovó con un diseño que combina armoniosamente con el medio ambiente, además de la inclusión de estanques de cemento para la guarda y crianza de vinos finos. Siempre tecnología de punta que conversa de manera directa con todos los procesos que hacen de esta una viña sustentable en todos los procesos de su celebrada producción.

John Santa Cruz Manco
Director



The background of the advertisement is a composite image. The top half shows a well-stocked bar with multiple shelves of various liquor bottles, including brands like Jagermeister, Bacardi, and others. The bottom half shows a bartender in a blue suit and tie, working behind a bar. On the left, three glasses of amber-colored liquid are visible. On the right, the bartender is garnishing a drink with a slice of red fruit. The bar has a modern design with a hexagonal tile backsplash and stainless steel equipment.

S SHAKER

**Más de 15 años
formando a los mejores
Bartenders del Perú.**

shakerbartenderschool.com

CONTENIDO

12

LA RECETAS
DE MAMÁ
LIMONADA



20

PASIÓN POR
EL OFICIO



24

VIK:
VIÑA DE ORO



30

VINOS DE
EXTREMA ALTURA



34

SOBRIEDAD
CURIOSA

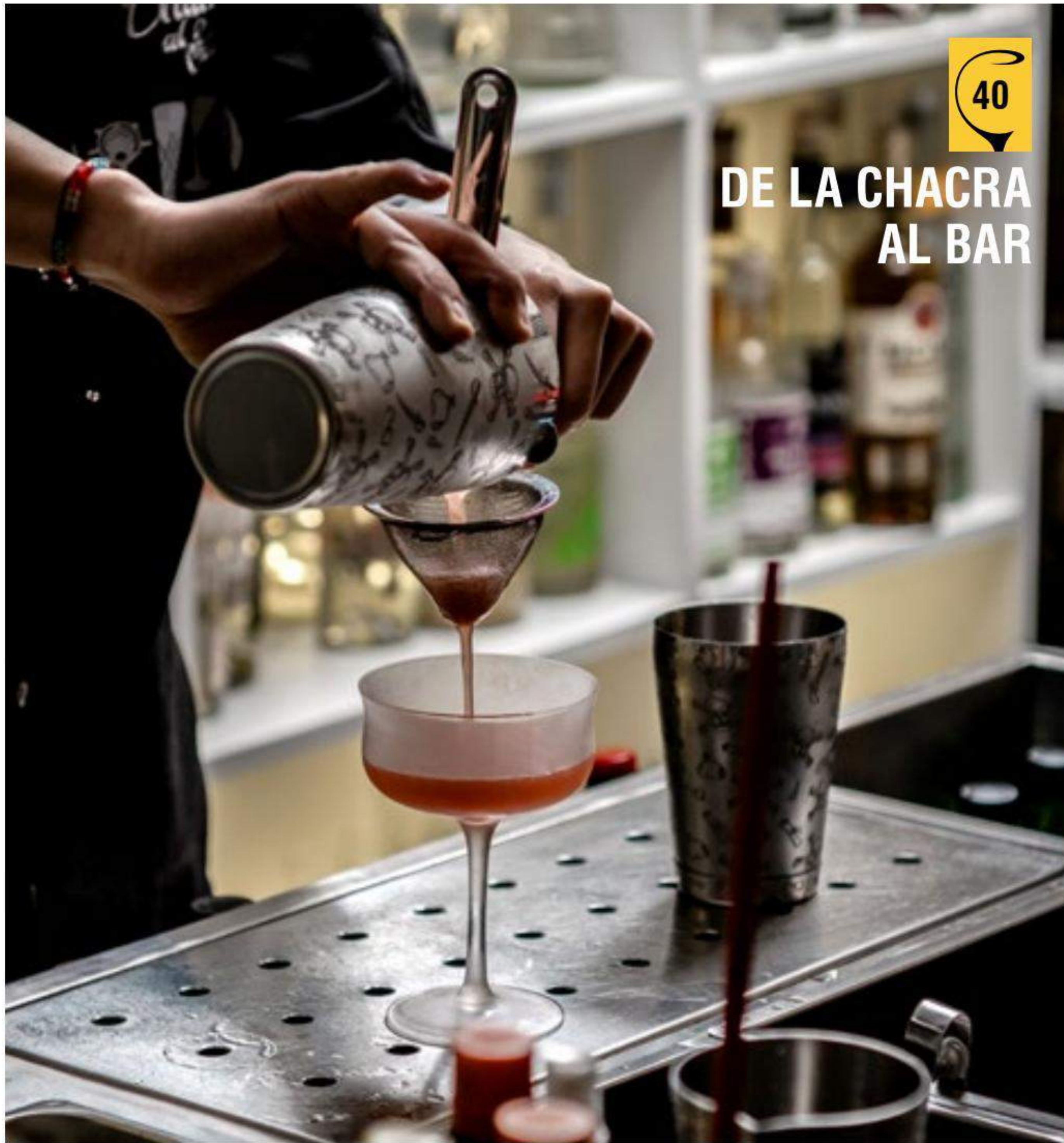


Bad Brothers



VINOS DE GRAN ALTURA
AGUSTÍN LANÚS WINES

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



40

DE LA CHACRA
AL BAR



44

AMADOR:
EL ROOFTOP
DE MODA



50

DELICIAS
DEL MAR



58

UNA VERDADERA
EXPERIENCIA



54

SAYA TERRAZA
& BISTRÓ

Disfruta



ZERO

WWW.PROARTISAN.PE



Límites



ARTISAN
ZERO
ALCOHOL



@ARTISANZERO



ARTISAN ZERO ALCOHOL



Artisan Zero replica la experiencia sensorial de los destilados con alcohol, pero sin resacas ni malestares.

LA MATERIA



NO SE CREA NI SE DESTRUYE



SOLO SE TRANSFORMA



RE CICLAMOS
UTILIZAMOS

Relojes hechos con discos de vinilo. Descubre estos y más productos originales ingresando a:

www.dientedeleon.pe



STAFF

Director General
John Santa Cruz Manco

Editora General
Valeria Isabel Burga Bobadilla

Editora Web
Fabiana Deekes Ibárburu

Diseñador Gráfico
Gustavo Panta Vera

Redactores
Alex García
Facundo Carrasco
Milagros Casas I.
Samuel Hurtado
Aaron Plasencia
Sara Rios

Producción
Joaquín Cruzado
Pilar Lopez
Juan Paul Manco
Jean Perez Centeno
Claudia Aguilar
Jacqueline Torres

Fotografía
Jaime Cuellar
Cristhian Cisneros
Mia Pinedo
Samantha Robles
Santiago Rodriguez
Daniel Yong

Webmaster
Erick Cajas

Community Management
Valeria Infante
Ximena Vilela
Luvanné Yaranga

Columnistas
Claudia Aguilar
Rosa Bonilla
María Elena Cárdenas
Soledad Marroquín
Livio Pastorino
Jasmine Rincón
Juan Pablo Robles

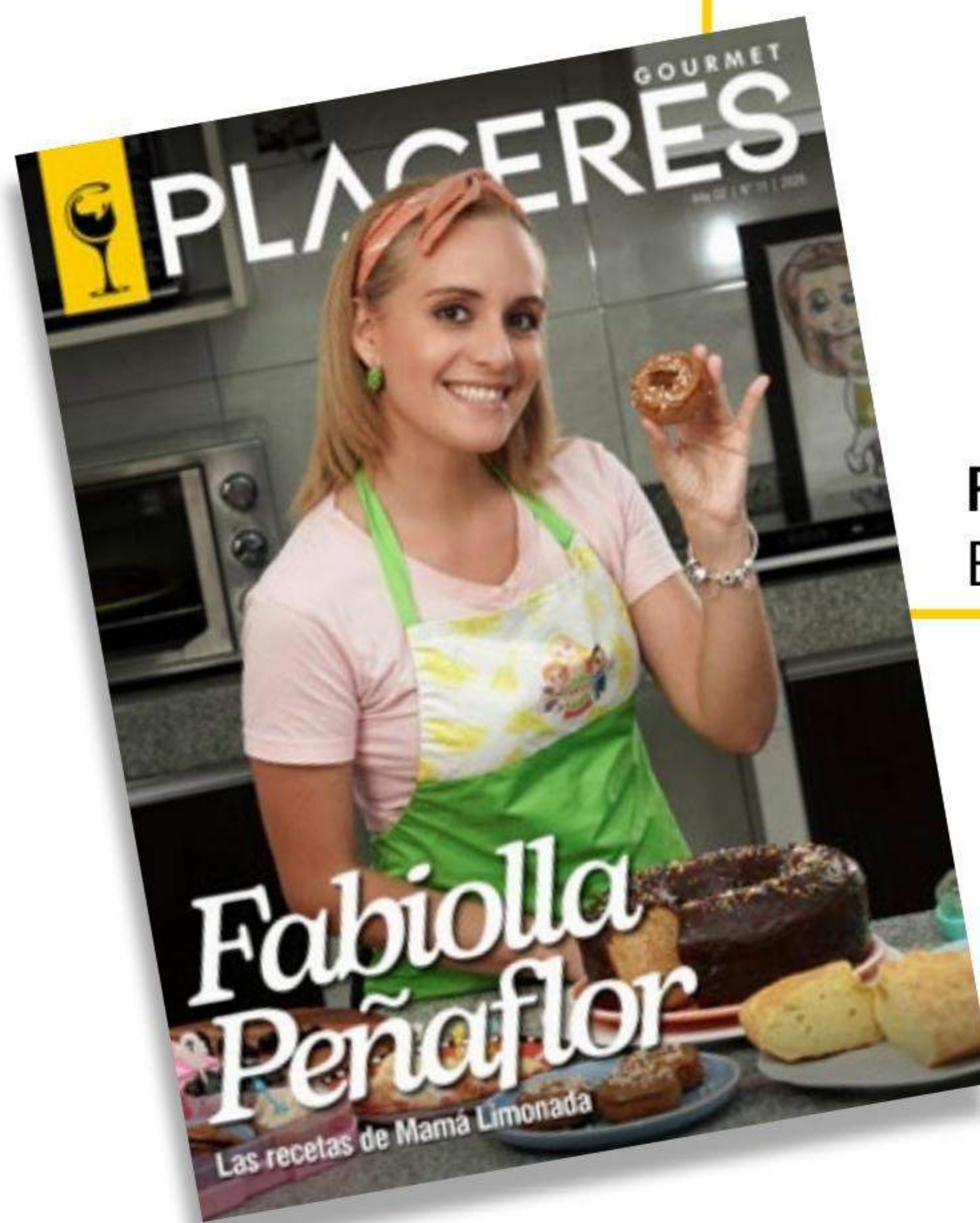


Foto de portada:
Editorial Planeta


DOÑA PAULA
ARGENTINA

ALTITUDE SERIES

Un viaje sensorial a través de las diferentes alturas que tiene el terroir de nuestra Cordillera de los Andes. Desde la frescura de sus suelos arcillosos de la base, los aromas frutales de la altura a 1100mts a la elegancia del punto más alto a 1350mts sobre el nivel del mar.

¿Te animas a descubrir las diferencias de de cada uno?

969 M.A.S.L
Luján de Cuyo,
Mendoza, Argentina



1100 M.A.S.L
Uco Valley,
Mendoza, Argentina



1350 M.A.S.L
Gualtallary,
Mendoza, Argentina



@DONAPAULAWINES | WWW.DONAPAULA.COM

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



COLOR DEL AÑO

Motorola marca un hito en el diseño tecnológico al convertirse en la primera y única marca en lanzar smartphones en el sofisticado PANTONE® 17-1230 Mocha Mousse, el Color del Año 2025. Este cálido y elegante tono marrón, inspirado en la comodidad y los placeres simples de la vida, se refleja en los nuevos dispositivos Motorola Razr 50 ultra y Motorola Edge 50 Neo, que combinan tecnología avanzada con diseño contemporáneo. El Color del Año 2025 celebra la conexión con los placeres cotidianos y nuestro vínculo con el mundo natural. Este tono marrón, inspirado en el cacao, el chocolate y el café, redefine el color como un símbolo de lujo accesible y sofisticación terrosa.

COMBINACIÓN PERFECTA

Baileys, el licor de crema irlandesa más reconocido del mundo, realizó una colaboración con la talentosa repostera e influencer Alessandra Penny. Esta iniciativa, que mezcla creatividad, indulgencia y el inconfundible sabor de Baileys, promete ser el regalo ideal para quienes buscan deleitarse con un toque especial durante. Como parte de esta colaboración, Alessandra Penny ha creado dos postres exclusivos: Tiramisú y Tres Leches. Ambos incorporan la cremosa esencia de Baileys, que potencia su textura y sabor, convirtiéndolos en una experiencia gastronómica única.



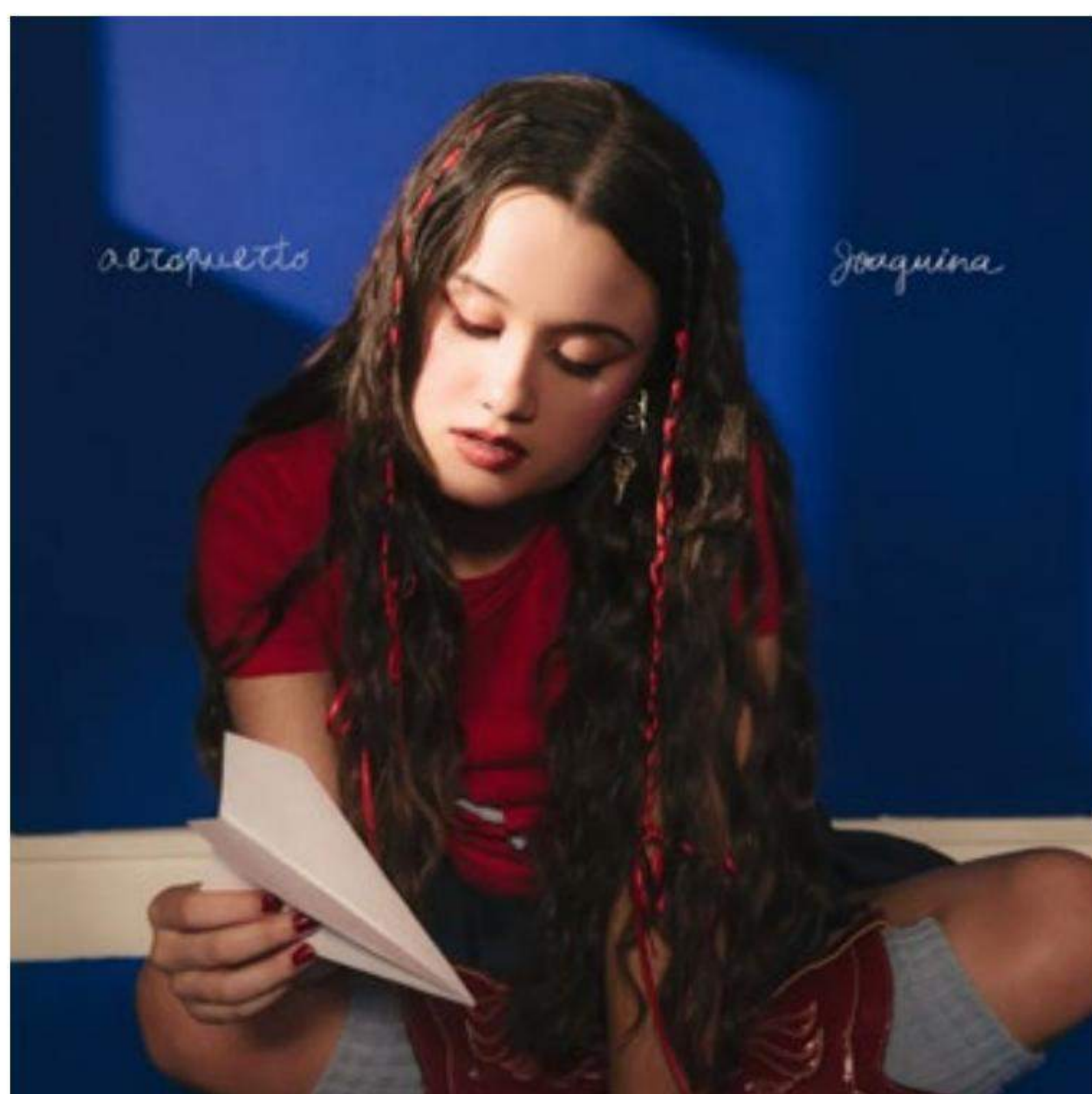
PRECISIÓN EN LA COCINA

Reconocida por su innovación y calidad, Victorinox traslada la precisión y maestría de sus icónicas navajas suizas al mundo de la cocina con su línea de cuchillos, ideales tanto para hogares como para cocinas profesionales. Con una producción diaria de más de 90 mil cuchillos en su fábrica de Ibach, Suiza, Victorinox es líder global en la industria, llevando al mercado más de 25 millones de unidades al año con el sello de calidad «Swiss Made». La colección Swiss Classic destaca por su diseño ligero, colorido y apto para la lavavajillas. Perfectos para chefs profesionales y aficionados, estos cuchillos inspiran creatividad en la cocina, combinando funcionalidad y estilo.

DIOR EN LIMA

En un emocionante desarrollo para los amantes de la moda en Perú, la exclusiva marca de bolsos y fragancias Christian Dior ha abierto recientemente su nueva boutique en el Jockey Plaza de Lima. Según un estudio de mercado, Dior se encuentra entre las marcas de lujo más consumidas en el país, con un 30% de los compradores de alta gama eligiendo productos de la casa francesa, lo que refleja su creciente popularidad y prestigio. Con esta apertura, Dior busca no solo aumentar su presencia en el mercado peruano, sino también ofrecer a sus clientes una experiencia de compra inigualable que refleje la elegancia y sofisticación de la marca.





ÁLBUM DEBUT

La joven cantautora Joaquina, ganadora más joven del Latin Grammy como Mejor Nuevo Artista, sorprende con el lanzamiento de su nuevo sencillo, «Aeropuerto». Este tema, lleno de emotividad y nostalgia, es un adelanto de su esperado álbum debut 'Al Romper La Burbuja', que estará disponible el 31 de enero de 2025 y ya cuenta con pre-save inmediato. «Aeropuerto» captura la esencia de los momentos familiares y los inevitables cambios que trae el tiempo. Con letras conmovedoras, Joaquina explora la nostalgia de las despedidas y el valor de los recuerdos compartidos. La canción, inspirada en su bisabuela, es descrita por la artista como «una carta de amor para todos tus seres queridos que están lejos».



NAVIDAD DE EXPERTOS

Otto Kunz, líder en embutidos y productos madurados premium, cerró con éxito su aclamada campaña «Navidad de Expertos», diseñada para ofrecer a los consumidores experiencias únicas que combinan sabor, excelencia y estilo en la temporada navideña. Lanzada el 15 de noviembre de 2024, esta iniciativa capturó la atención del público al ofrecer la oportunidad de participar en un sorteo por 20 experiencias dobles para las exclusivas Masterclass Navideñas de Otto Kunz. Los sorteos, realizados el 9 y 15 de diciembre, seleccionaron a los afortunados ganadores que vivieron una experiencia inolvidable en las sesiones realizadas el 13 y 20 de diciembre.



BROCHE DE ORO

La banda colombiana Morat culminó su histórica gira «Los Estadios: Antes de Que Amanezca», marcando un antes y un después en la música latina. Este recorrido, que abarcó 14 países y 19 ciudades, reunió a más de 1.000.000 de fans, consolidándose como una de las giras más exitosas de la historia reciente. El cierre de la gira tuvo lugar en México, donde Morat alcanzó hitos impresionantes. Fueron la primera banda latina en realizar ocho estadios SOLD OUT consecutivos en el país y tres presentaciones seguidas en el Estadio GNP (anteriormente Foro Sol), con una asistencia total de más de 160.000 personas. En total, las fechas en México reunieron a 250.000 fans, reafirmando su impacto en la región.



BLACK WHISKEY X LA IBÉRICA

Black Whiskey, el innovador whiskey andino elaborado con maíz morado y reconocido mundialmente, sigue marcando tendencia en el sector de destilados. Con una creatividad desbordante y una visión empresarial clara, Destilería Don Michael cerró el 2024 con el lanzamiento de bombones rellenos de Black Whiskey en colaboración con la prestigiosa marca de chocolates arequipeña La Ibérica. La presentación consta de un elegante empaque que incluye 18 bombones redondos (180 g), elaborados con finos ingredientes, combinando el chocolate de alta calidad de La Ibérica con el sofisticado sabor de Black Whiskey. Esta edición limitada estará disponible en la web de La Ibérica a un precio sugerido de S/. 38.



Las
M

recetas de

MAMÁ LIMONADA

Fabiolla Peñaflor dedica gran parte de su tiempo a difundir la alimentación saludable para bebés y niños. Se considera una mamá al natural y ha escrito diversos libros para apoyar a que otras madres tomen conciencia de la buena alimentación. Hoy, la popular Mamá Limonada está próxima a lanzar un recetario totalmente distinto a lo que conocemos junto a la Editorial Planeta.

Escribe: Valeria Burga



¿Cómo surge tu pasión por la alimentación saludable?

El nacimiento de mi hijo y mi anhelo por ofrecerle una alimentación saludable me llevó a llevar diversos cursos y certificaciones sobre Alimentación Complementaria, Baby Led Weaning y Nutrición Infantil. Cuando me convertí en mamá decidí crear el blog sobre Alimentación Complementaria: Mamá Limonada con el único objetivo de ayudar a más mamás que estuviesen empezando con la alimentación de sus bebés. En este trayecto creé numerosas recetas versión bebé, aptas desde los 6 meses, para que todos los bebés coman solos y sanamente desde el inicio de su alimentación.

¿Cuándo decidiste compartirlo en redes sociales? ¿Cómo se dio ese acercamiento?

Compartía todo lo que conocía. Empecé a grabar a mi hijo comiendo solo en la silla de comer. Lo publicaba en Instagram, antes del boom de Tik Tok. Las mamás se impresionaban de ver a un niño comer solo y querían que sus hijos estén igual. Mis seguidoras me han impulsado a hacer todo lo que hoy tengo. Me dijeron que publique un recetario. Realicé la preventa y con ese dinero mandé a imprimir mil recetarios básicos, donde condensé 10 recetas de desayuno, 10 de almuerzo y 10 de cena. Fue un éxito.

¿Por qué te colocaste el nombre de Mamá Limonada? ¿De dónde nace esta idea?

Si la vida te da limones, haces limonada. Entre mujeres deberíamos apoyarnos, pero nadie se acuerda de cómo fue su maternidad y lo vulnerables que estábamos. Algunos niños nacen con limitaciones que no podemos controlar, pero puedes reforzar, apoyar y moldear para formar al mejor ser humano que puedas. Nuestro deber como madres es no quejarnos de si los limones son lo suficientemente dulces o verdes, sino tratar de coger los mejores y moldearlos a fin de crear la mejor limonada posible. Tenemos que dejar que los niños fluyan. Todo ello se asocia con una limonada.

¿Cómo es tu relación con Caetano?

Desde los nueve meses le encantaba cocinar e involucrarse en la preparación y la compra. Le gusta mucho cocinar. Sabe qué lleva cada cosa porque siempre lo ha experimentado. Este año cumple 6. Conoce lo que es alimentación saludable y lo que no. Sus compañeros en algún momento le han invitado golosinas, pero él es consciente de que ello no es saludable. Siempre digo que si yo fuera millonaria, no trabajaría para estar con mi hijo todo el tiempo.

Cuéntanos sobre la propuesta culinaria que has llevado a La Caleta de la Punta

Mi papá es dueño de este restaurante que ya lleva operando 20 años. Desde hace un tiempo lancé 15 platos especiales versión bebé para que las familias tengan variedad al momento de querer disfrutar de la comida marina. Las cartas kids siempre llevan papas fritas, nuggets, hamburguesas o pastas, pero nada enfocado en alimentos saludables. Ahora, en el distrito de Los Olivos, podrán gozar de esta propuesta cien por ciento saludable.

¿Cuál es el objetivo del nuevo libro que vas a publicar: Las recetas de Mamá Limonada?

El libro que viene es el número 20. Va dirigido a niños de 2 a 12 años, completamente distinto a cualquier recetario que exista. Posee una información que a mí me hubiera encantado tener cuando empecé a ser madre. Siempre existe el miedo de que nuestros hijos cambien su alimentación hacia lo no saludable. También está el caso en que los niños tengan diabetes infantil, obesidad, TDAH o TEA, y que la mamá recién se ha informado y quiere que coman saludable. Aquí coloco recetas contra el bajo peso, contra la anemia, vegetales escondidos, loncheras saludables, azúcar refinada



y cumpleaños saludables. Es un libro muy completo que trata de brindarle a la madre información práctica. Está revisado con el pediatra de Caetano que hace el prólogo, el Dr. Carlos Granda. Será publicado la primera semana de febrero.

¿Cómo es la relación con tus seguidoras actualmente? ¿Se reúnen a menudo?

Hace dos años me veían a diario detrás de una pantalla. Cuando pude hacer mi primera firma de libros, la llevé a cabo en un local para niños en Plaza San Miguel, con miedo de que no vaya nadie. Se llenó de gente. Fue la primera vez que nos conocimos. Ahora que tengo el restaurante, trato de estar todos los fines de semana por allá. También cuento con una línea de productos naturales para los niños: quinoa, fresa y arándanos ricos en hierro.

Ahora que TikTok se ha puesto de moda, recuerdo una firma de libros que tuve en un pequeño teatro. Asistieron muchas madres jóvenes. Les dije que así como esta plataforma se puso de moda por las bromas, los bailes y los trends; difundieran las recetas versión bebé. Y así fue. El amor tan grande que le tenemos a nuestros hijos, hará que ustedes inventen mejores recetas de las que ya estoy haciendo.



La chica del vino y +

Por *María Elena Cárdenas*

*Sommelier WSET 3



S/.55.00



**TIERRA DE LECHUZAS
SEMILLÓN**

Semillón es una uva francesa que llegó a Argentina y, durante los años de mayor consumo de vino per cápita de Mendoza, fue la reina indiscutible. Esta vez, Bodega la Florita, ubicada en el Valle de Uco, nos ofrece el vino llamado Tierra de Lechuzas en honor a estas aves que son los guardianes del viñedo y que representan la sabiduría e inteligencia. Un Semillón que busca interpretar el terroir y que expresa aromas y sabores a melocotón, algo de hinojo, cítricos, y un ligero final a miel, con notas minerales que sumado a la rica y refrescante acidez lo hace ideal para estos días donde el calor se hace cada vez más intenso. Lo encuentran con los chicos de Splendid Vineyards al +51993 470 828.

S/.100.00



**HELIOS BLEND
2023**

Probamos este blend de la Bodega Puna de Cafayate en Salta a 1700 msnm. Se compone de Malbec, Cabernet Sauvignon y Tannat sumamente expresivo que concuerda tanto en nariz como en boca. Lleno de ciruelas rojas, guindones, higos, chocolate, café, notas tostadas, especias y rico en taninos maduros, buena acidez que contrarresta y equilibra la potencia de los sabores del vino. Ideal para maridar con una milanesa con spaguettis al pesto. También acompaña una carne asada horneada con verduras, un asado o una lasagna a la bolognesa. Si quieren disfrutarlo pueden conseguirlo en www.maderomarket.pe

S/.110.00



VODKA D'CAJON

Vodka viene de la palabra eslava 'voda' que significa agua. En este caso estamos ante un 'agua' o destilado de papas peruanas andinas y costeras premium que pasa por dos formas de destilación. La primera en alambique de cobre y posteriormente a través de columna de destilación, generando un producto suave y sedoso a pesar de su 40% de alcohol. Con aromas muy ligeros a especias y en boca algo de notas dulces y tostadas. Aquí una receta del clásico Moscow Mule con vodka versión peruana: 2 oz de vodka D' Cajón, completar con hielo, ginger beer y un dash de zumo de limón. A la venta en licorerías como El Pozito, Disenzo, Dario y Mi Mar.

Empieza un año nuevo y con él nuevas bebidas para probar y compartir. Esta vez tenemos dos vinos blancos frescos ideales para estos días de verano, dos tintos que siempre vienen bien y dos bebidas nacidas en otros países, pero reversionadas con insumos peruanos: un vodka de papa y un vermouth. ¡A disfrutar!

S/.75.00



VERMOUTH BARROCO

David Romero, uno de los bartender más reconocidos de nuestro país, es el creador de este delicioso vermouth de estilo torino con la auténtica receta del vino hipocrático. Fue Hipócrates quien, allá por el año 460 ac, por primera vez maceró vino con ajeno y hojas de dictamo. La receta de David tiene como base un vino blanco de Moscatel de Alejandría y 33 ingredientes más como ajeno, romero, laurel, jengibre, pimienta negra, cacao, moringa, naranja, chuchuhuasi, vainilla, caramelo, eucalipto, palo santo, entre otros tantos que hacen que esta bebida sea sumamente compleja y con un final ligeramente amargo. Rico para tomarlo solo, bien frío o con agua tónica. Si te provoca un Capitán, agrega medidas iguales del vermouth y un pisco hecho con Negra Criolla. Sirve en una copa enfriada previamente. Lo consiguen en @barrococompany

S/.64.90



HEREDEROS MARQUÉS DE RISCAL RUEDA SAUVIGNON BLANC ORGÁNICO

La primera vez que se introdujo a la francesa Sauvignon Blanc en la zona de Rueda (donde la reina es la verdejo) fue en 1974. Marqués de Riscal lo hizo. Este Sauvignon Blanc es un vino orgánico con mínima intervención tanto en el viñedo como en la bodega. Aromas y sabores a hierbas, manzana verde, toronja, cáscara de lima, limón, piña cayena, pepino melón y algo de volumen en boca producto de un breve contacto con lías. Un vino extremadamente agradable y fresco. Rico para beberlo en un día de sol en la playa o piscina acompañado con quesos frescos o para complementar alguna ensalada cruda y fresca que pudiera tener manzana, piña o queso de cabra. Consíguelo en supermercados y en www.perufarma.com.pe

S/.99.90



FUY MI PRÓXIMO MOVIMIENTO 2022

Esta bodega recibe el nombre en honor a Puerto Fuy, ubicado en el sur de Chile, que tiene una reserva de 'Huemules', los ciervos más grandes de Sudamérica que se encuentran en peligro de extinción. Han decidido rendirle homenaje colocando sus imágenes en coloridas etiquetas. Probamos un blend de Carmenere y Carignan provenientes del Valle de Colchagua y del Valle de Itata que pasan entre 12 y 14 meses en barricas de tercer y cuarto uso. Lleno de ciruelas rojas y negras, sauco, arándanos, moras, pimienta roja y especias, de taninos amables y maduros con un largo final. Lo probamos con un bife angosto sellado previamente antes de pasar una larga cocción en el horno y acompañados con rodajas de camote glaseados. También puede ir con chorizos, alguna carne a la parrilla con vegetales o un estofado de carne. Lo encuentran escribiendo al +51 997 935 715.



PASIÓN POR EL OFICIO

Anthony Quispe Philco es uno de los sommeliers de quien se ha escuchado hablar en los últimos meses. Hoy nos cuenta acerca de su experiencia en el rubro gastronómico y cómo es posible convertir una pasión en el trabajo que disfruta enormemente.

Escribe: Aaron Plasencia

Anthony Quispe Philco, head sommelier de una de las cadenas de restaurantes de mayor prestigio en Perú y quien obtuvo reconocimiento de la guía SUMMUM 2024 con la distinción de «Mejor Sommelier» fue capaz de transformar sus grandes pasiones, la historia, la geografía y el vino en una noble profesión: la Sumillería. Desde joven, Anthony mostró un ávido interés en el vasto universo de las sensaciones y percepciones. Su curiosidad inagotable en la búsqueda constante de nuevos conocimientos lo llevó a estudiar sumillería en una de las instituciones más prestigiosas del país. Fue así que en el





2016 decidió iniciar sus estudios en el Instituto del Vino y el Pisco (Idvip), donde no solo aprendió sobre los tipos de uvas, procesos de vinificación y regiones vinícolas, sino que también desarrolló un profundo respeto

por la cultura e historia detrás de cada etiqueta.

Su periplo en la industria del vino inició en los supermercados Wong. «Mi primera experiencia luego de haber culminado mis

estudios fue en la Huaca Pucllana. Allí aprendí las distintas facetas de un sommelier, como la administración», señala. Actualmente, Anthony Quispe es Head Sommelier del grupo Gastronómico Ostería (Troppo, Lila Dasso y Rossa Pizza Appassionata). En Troppo es donde pasa la mayor parte del tiempo. Al respecto, añade lo siguiente: «Cuando recién llegué, la oferta de vinos era de aproximadamente 45 vinos, por lo que mi gran reto fue indagar más en la propuesta enogastronómica y revolucionar la carta». Este reto lo asumió con responsabilidad y hoy muestra sus frutos. Transformó la carta de vinos en una propuesta que reunió su amplia experiencia y su gran pasión por vinos italianos, en la que incorporó etiquetas exclusivas para brindar experiencias-maridaje cuidadosamente diseñadas para realzar los sabores de los platos en consonancia con los estilos de vinos.

En el fascinante mundo del vino, donde cada botella encierra historias, tradiciones y emociones, es de vital importancia la labor de un sumiller, apasionado, que se dedique a la exploración constante, selección y perfección en el arte de brindar experiencias inolvidables. Así lo entendió Anthony, pues parte de su éxito se debe a ello. Esta destreza en el ámbito de la Sumillería le permitió ser parte de insignes restaurantes de nuestra capital gastronómica, lo que



lo ayudó a consolidarse como un referente en la industria del vino. Cada lugar en donde trabajó lo ayudó a formarse profesionalmente. Su enfoque personalizado con cada cliente le permitió entender al comensal sobremanera, guiándolos en la elección perfecta según sus gustos y preferencias para así lograr el mayor disfrute.

El experimentado sommelier afirma que la profesión le ha otorgado muchas satisfacciones, sin embargo, para lograr ello es necesario realizar algunos sacrificios. «Mi familia ha aprendido a tolerar mi ausencia. Les dedico todos los logros», asegura. Por otro lado, en cuanto a la restauración en Perú, Anthony indica que «el eje principal está relacionado a la comida que ha ido evolucionando» y ello ha impulsado a que exista mayor presencia de las bebidas alcohólicas, en especial el vino. El resultado es una gran oferta de

etiquetas de diversas partes del mundo, por ende, ello exige una mayor preparación del personal que está cerca al cliente en los restaurantes.

«Es de suma importancia recalcar que hace falta la implementación de políticas públicas que incentiven el conocimiento y el

consumo de productos que son parte de nuestra herencia cultural, como lo es el pisco, el vino, el café, el cacao, entre otros», sentencia. Sin duda alguna, Anthony Quispe es el fiel reflejo de que cuando se trabaja con pasión y determinación, el reconocimiento llega para sí mismo y para quienes lo rodean.





VIK

VIÑA DE ORO

Grupo Tabernerero tiene el lujo de contar con VIK en su portafolio. La bodega chilena goza de estar en la cima luego de que James Suckling le otorgó 100 puntos a su vino ícono y fueron reconocidos como el segundo mejor viñedo del mundo según The 50 Best Vineyards. VIK llegó para cambiar el panorama de los vinos de alta gama.

*Escribe: Valeria Burga
Fotos: Daniel Yong*

Millahue, donde se ubica la icónica viña VIK, significa «lugar de oro». Desde el primer día, Alexander Vik tuvo como misión elaborar uno de los mejores vinos del mundo en el Valle de Cachapoal. En poco tiempo logró su objetivo pues, luego de quince cosechas, James Suckling le otorgó los 100 puntos a su vino ícono, VIK 2021. Comenzaron estudiando al milímetro el terroir. Así descubrieron que tenían más de 30 tipos de suelo dentro de la viña. Después realizaron un mapeo satelital, donde encontraron seis microvalles en la propiedad. Con 4450 hectáreas, el equipo de VIK tiene la oportunidad de plantar al pie del monte, en el valle, en lugares más cálidos o

fríos. «Nos permitimos explorar», asegura Ignacio Navarro, Export Manager para las Américas.

En Viña VIK se ofrece una variedad de experiencias. Los huéspedes pueden disfrutar de tours guiados por la viña, así como explorar el viñedo a caballo, degustar platos únicos en alguno de los restaurantes, recorrer la huerta orgánica con cultivos únicos y estacionales, hiking por el parque VIK, entre otras. La atención al detalle en cada experiencia está diseñada para sumergir a los visitantes en el mundo del vino, destacando la calidad y el carácter distintivo de cada cosecha. El ambiente de lujo y la atención personalizada que brindan han sido funda-

mentales para lograr este prestigioso reconocimiento por The 50 Best Vineyards.

La firma chilena apuesta por plantar cinco variedades que mejor se adaptan al terroir: Carmenere, Cabernet Sauvignon, Syrah, Merlot y Cabernet Franc. «VIK empezó siendo un blend de las cinco», nos cuenta. Conforme pasó el tiempo, fue evolucionando hasta componerse solo de dos: Cabernet Sauvignon y Cabernet Franc. «Este es el primer vino que elaboramos en la viña y el único que vendimos durante mucho tiempo. En el 2016 llegó Milla Cala, hoy número 36 en la lista de Wine Spectator, el cual mezcla las cinco variedades. Nos gusta decir que es una introducción para pasar a VIK, un vino



de muchas capas y complejidad. Es directo, honesto e interesante», agrega. También está la Serie A, una línea que representa lo mejor de las monovarietales con ligeros cortes: Carmenere, Cabernet Franc y Cabernet Sauvignon.

Si hay algo distinto en VIK es que aún no producen vino blanco, sin embargo, cuentan con un rosado que está a la altura de todos los tintos de su portafolio. La Piu Belle nació por la pasión artística de Alexander y Carrie Vik. «Alex tiene hoteles en Uruguay, Italia y Brasil. Cada habitación está diseñada por diversos artistas. Gonzalo Cienfuegos pintó unas botellas para Carrie. La respuesta de ella ante una etiqueta fue que era 'la más

bella'. De allí viene el nombre. Una excusa perfecta para elaborar vino», revela el Export Manager. Este es el único rosado de la

bodega. La mezcla de Cabernet Sauvignon, Carmenere, Syrah y Cabernet Franc sumado a un 11% de fermentación en barrica



le dan un toque de complejidad y lo hace perfecto para la movida gastronómica. Admito que es de los mejores que he probado en el nuevo mundo. «También tenemos un champagne que elaboramos en Francia. Hoy vendemos la añada 2009, compuesta en su mayoría por Chardonnay»

VIK no solo es sinónimo de grandes vinos, sino de una extraordinaria arquitectura y sostenibilidad. Detrás de la viña hay un espejo de agua y debajo de él está la sala de barricas. «Al bombear el agua gastamos menos energía y logramos crear las condiciones perfectas para guardar los barriles. Somos muy sostenibles. Por ello, estamos embarcados en un proyecto denominado enología circular», señala. Dentro de la bodega hay 100 hectáreas de roble nativo chileno. VIK busca seguir sus propias tendencias. Aprendieron a tostar barricas para que cada uno de sus vinos presente su huella digital.

Del mismo modo, fueron a buscar levadura nativa. «Descubrimos que la mayor concentración de levadura y polen está en las flores. En todas las primaveras vamos al campo, recolectamos flores, las secamos y después se la aplicamos al vino porque de esa manera logramos una levadura que solamente tenemos nosotros. Las flores no le agregan ningún sabor ni aroma al vino, pues están secas. Antes de tirarlas al tanque de fermentación, extraemos la semilla y la volvemos a plantar. Todo es un ciclo



sostenible», revela. Otro punto importante son las ánforas que elaboraron para mejorar la fermentación y micro oxigenación. Actualmente, cuentan con 30 ánforas propias elaboradas con arcilla proveniente del ecosistema. Ello a favor de la sostenibilidad que se convirtió en uno de sus pilares.

Vik está en más de 90 países y llega a Perú gracias al Grupo

Tabernero. Este año, The 50 Best Vineyards los reconoció como el segundo mejor viñedo del mundo. «Nos abrazamos durante 15 minutos, pero después conversamos sobre lo que vendrá en el futuro. En estos años logramos llegar al panteón de los grandes vinos del mundo. Esa era nuestra base. Seguiremos mejorando», puntualiza Navarro. Encuentra el portafolio de VIK en www.bodegat.pe/vik



Tendencias 2025 del vino en el Perú

Por Soledad Marroquín*

El mercado del vino (nacional o importado) en Perú no es fácil de gestionar ni de entender. Por un lado están las importadoras y bodegas nacionales con experiencia, conocedoras del sector, con la ley del ensayo-error en el camino del eterno aprendizaje. En el otro lado hay emprendimientos que creen que importar vino es el negocio del siglo, se llenarán de plata en el corto plazo e ingresan al circuito sin ninguna experiencia con resultados catastróficos. Al poco tiempo y con números en rojo abandonan la marca (ojalá hayan cumplido con el pago a la bodega) y el vino queda dando vueltas de mano en mano, perdiendo su valor y dañando su imagen. Sí, como todo negocio, el vino necesita del manejo profesional, más aún cuando en Perú no contamos con estudios de mercado anuales que orienten mejor al sector.

Pero el vino, al igual que el mundo, sigue girando. Los gustos del gran consumidor se van diversificando, cambiando, evolucionando. Con esta inquietud y mirando qué nos trae el 2025 charlamos con Rosa Lyn Joy Way, fundadora y CEO de Vinis, economista, consultora en temas de vino con maestría en marketing del vino en Burdeos y ex consultora de McKinsey & Company. Ella nos dice que las apuestas para el futuro estarán en los vinos diferentes, de uvas menos conocidas como, por ejemplo, la moda de Cabernet Franc y, en el caso de la producción nacional, continuará la fuerte tendencia con los vinos de uvas patrimoniales.

Otro aspecto se refiere a los distintos orígenes. A nivel mundial hay un auge del vino italiano que ya está llegando al Perú gracias a los enormes y denodados esfuerzos por parte de los importadores y la propia Cámara de Comercio Peruano-Italiana. Ello lo mencioné en mi columna pasada. Aquí permítanme hacer un paréntesis y mencionar a Portugal. Nos estamos perdiendo de sus grandes vinos de estupenda calidad-precio. Ojalá su embajada vuelva a realizar los esfuerzos necesarios. Siguiendo con el análisis de Rosa Lyn, continuarán los vinos sin alcohol y/o bajos en calorías, aprovechando la tendencia de las cervezas sin alcohol. Esta

tendencia es fuerte, pues crece el número de personas que se vuelcan a un estilo de vida más saludable. En cuanto al consumo general (litros por persona por año) no sube como quisiéramos, pero el ticket promedio podría incrementar conforme el consumidor va madurando, teniendo más ingresos y educándose sobre el vino. El ejemplo clásico es el consumidor que pasa de nuestro vino Borgoña semiseco al Asti.

Finalmente, algunos consejos y recomendaciones que comparte la especialista. Ante el irregular desempeño de los bares de vino en Lima, queda demostrado que, sobre todo después de la pandemia, el foco debe ser el consumo en casa. Para ello, se debe mejorar la asesoría en el punto de venta, con el fin de elevar el ticket promedio no solo en supermercados, sino incluso en licorerías donde no cuentan con sommeliers. Parte de esta asesoría debe ir también al e-commerce. Las plataformas deben ser amigables para comprar y pagar, así como contar con información precisa y adaptada al mercado.

Por ejemplo, se observan traducciones literales de fichas técnicas con descriptores que no se ajustan al mercado peruano (frutas, flores y maridajes cuyos insumos no se desarrollan aquí). Esto aplica también para la comunicación del vino en general a cargo de los profesionales del tema e incluso sommeliers. Para los productores peruanos, el foco y la estrategia está en ser parte de la gran gastronomía peruana, así como el turismo y enoturismo que va creciendo lentamente, y continuar mejorando el vino peruano. El nuevo local de PERUVINO en Cusco es un esfuerzo interesante.



* Comunicadora gastronómica
@sol_marroquin



¡DONDE EL ARTE
DEL CAFÉ Y LA
MIXOLOGÍA COBRAN
VIDA!

FORMANDO BARTENDERS Y
BARISTAS DE ALTO RENDIMIENTO

VINOS DE EXTRA



REMA ALTURA

Agustín Lanús Wines llega a Perú desde una zona de extrema altura en Salta, Argentina. Los Valles Calchaquíes fueron de interés de Romovi Wines para fortalecer su portafolio y pisar fuerte en el mercado este 2025. Aquí te contamos más de estas novedosas etiquetas bajo el sello de Agustín Lanús, enólogo revelación de la Guía Descorchados.

Escribe: Valeria Burga

Parece ilógico que alguien intente elaborar vino desde las altitudes extremas. Aún es posible encontrar vinos de gran concentración y madurez, sin embargo, hoy los productores apuestan por una forma más fresca y ligera de interpretar el terruño. Existen retos casi imposibles, excepto para los más apasionados como Agustín Lanús, un joven productor que nació en la provincia de Buenos Aires, pero que apenas aterrizó en los Valles Calchaquíes en Salta, hacia 2013, se dio cuenta de que su futuro en el vino estaba en ese paisaje. No cabe duda de que el estilo de los vinos del norte argentino está cambiando, y Agustín es uno de los nombres a tener en cuenta dentro de esta nueva mirada.



Bajo el paraguas de Agustín Lanús Wines, este inquieto enólogo hace vinos en alturas imposibles y en viñedos recónditos de lugares como Luracatao, Angastaco o Cuchipampa, todos sobre los 2.000 metros de altura en los Valles Calchaquíes. «Siempre me gustaron los vinos de Salta. Los podía reconocer, sabía que tenían algo distinto, más color, más carácter. O sea, tienes más de 1.500 metros de altura de diferencia, en un valle de 300 kilómetros», señala. Allí no solo se ha dedicado a plantar nuevas viñas, sino que también se ha enfocado en rescatar viejos viñedos de variedades criollas con los que hoy elabora vinos deliciosos en frescor y en carácter frutal. «La criolla chica es una planta ances-

tral y patrimonial. He lanzado una línea llamada Sunal Exploración, donde presento el perfil de criolla chica de diferentes zonas. Somos los guardianes de las criollas», agrega.

Agustín recuerda que muchas familias estaban abandonando y arrancando las plantas de criolla chica, una variedad rústica y adaptable. De ella rescata su plasticidad para la gastronomía, pues lo considera un vino fácil de tomar y ligero. «En un tráiler para caballos llevaba gamelas vacías y volvía con ellas llenas a Cafayate. Podemos decir que esta es la criolla chica más alta en el mundo sin ningún problema a 2.800 msnm. Me parece monstruoso, pero genial. Ahora estoy



explorando variedades en Cachi, a 2.850 msnm», sostiene el enólogo. De la mano de Romoví Wines, Agustín Lanús decidió traer sus vinos a Perú a fin de demostrar que los buenos vinos en Argentina no solo provienen de Mendoza.

De la línea Sunal, terruños de extrema altura, llega Ícono. En el límite donde las uvas pueden crecer en el Valle Calchaquí, nace este vino de cuatro micro terruños ubicados entre 2.100 y 2.750 msnm. Su color es de un morado profundo, mientras que la nariz se ve envuelta por aromas de aceitunas negras, violetas, moras, notas de eneldo que agregan un ligero picor, y un largo final con matices balsámicos. También está Aguayo, un Malbec elegante al estilo viejo mundo, con la colaboración de un gran amigo y mentor Stefano Gandolini. Es un vino que se hace año de por medio, con uvas provenientes de Hualfín, Catamarca a 2.100 m.s.n.m. Aguayo es un ejemplo de la elegancia, complejidad y frescura que puede presentar un Malbec de extrema altura.

Bad Brothers va en honor a Bill, Agustín y David, quienes fueron los primeros en conformar la firma. «El cuchillo de la etiqueta es un facón de mi familia de hace muchos años. Lo tenía en mi casa. Un día David lo vio, le pareció espectacular y me sugirió incluirlo». Facón Selection es una edición limitada hecha a partir de una selección anual de



las mejores variedades de uvas en el idílico Valle Calchaquí, ubicado en lo alto de los Andes. Cada uno pretende expresar toda la tipicidad de su terruño y su varietal. Encontramos Tannat (viñedo único ubicado en Santa María a 1.900 msnm, Catamarca); Premium Malbec con mucha intensidad y abundancia de color y con sabores sutiles; MaTaCa, el único blend argentino que se compone de la frutuosidad y amabilidad del Malbec, el volumen y estructura del Tannat y la elegancia y expresividad del cabernet Cafayateño.

En el lado de los vinos blancos llega ToVio. La intensidad del Torrontés Calchaquí con sus tí-

picas notas florales terpénicas se combinan con el Viognier, de cosecha muy temprana que aporta toques de ananá fresco, melón y damasco. Sumado a la gran acidez y baja graduación alcohólica dan por resultado un vino peligrosamente fácil de beber y complejo a la vez. Un blanco muy gastronómico. ToVio es quizás el único blend que existe de Torrontés y Viognier. «Me gustaría que la gente de Perú vea que Argentina no es solo Mendoza cuando hablamos de vinos. Este valle es muy rico y tiene una concentración totalmente diferente junto a su diversidad aromática. Van a probar vinos impensados y disruptivos, provenientes de extrema altura», puntualiza.

Sobriedad curiosa

Artisan Zero Alcohol se posiciona en el mercado con alternativas sin alcohol de tus destilados favoritos. Aquí te dejamos tres recetas que te encantarán si estás buscando una opción más saludable.
¡Disfruta de una nueva forma de beber la vida!

Las tendencias van cambiando constantemente. En medio de un contexto donde el consumo de bebidas alcohólicas es bastante frecuente, ha surgido el movimiento de la sobriedad curiosa. Este hace referencia a un cambio en la forma en que las personas interactúan con el consumo de alcohol y piensan sobre él. El objetivo es que nos volvamos conscientes del consumo que llevamos sin necesariamente comprometernos con la abstinencia total. Básicamente, se trata de cuestionarnos el rol de las bebidas alcohólicas en la cotidianidad y explorar una relación más saludable con ello.

Reducir el consumo de alcohol y beber de manera consciente nos permite enfocarnos en calidad más que en cantidad. La búsqueda de 'bebidas sin alcohol' y 'cerveza sin alcohol' han hecho que el

mercado necesite cubrir esta demanda, pues el consumidor final ya comenzó a interesarse activamente por otras alternativas. En nuestro país, esta sobriedad curiosa llevó a Artisan Collection a lanzar Artisan Zero Alcohol, una propuesta que reinventa los destilados convencionales como whisky, ron, gin y tequila a bebidas sin alcohol.

Elaborados a base de una re-distilación de las bebidas madres e infusiones y macerados de los elementos botánicos y florales; apuntan a personas abstemias, mujeres embarazadas, viajeros frecuentes, atletas calificados o aficionados al deporte. Sin embargo, también son ideales para quienes buscan la sobriedad para conducir seguro, amanecer sin resaca y mantener un estilo de vida saludable con el mismo disfrute que una bebida alcohólica convencional.







#NotWhisky

Para los amantes del whisky que buscan una opción sin alcohol sin comprometer la complejidad y profundidad de sabor que esperan de esta bebida clásica. Siente la profundidad de su carácter en cada sorbo, un legado que perdura en el tiempo. Ideal para disfrutar como base para cócteles clásicos como el Old Fashioned o el Whisky Sour.

#NotRum

Una excelente alternativa para los aficionados al ron que desean disfrutar de la dulzura y complejidad de esta bebida sin alcohol, ya sea en una refrescante mezcla o como parte de una elaborada bebida tropical. Disfruta de la esencia del

Caribe en cada sorbo, donde el calor del trópico se encuentra con la suavidad de la madera. Te lo recomendamos para mezclar en cócteles clásicos como el Mojito, la Piña Colada y el Daiquiri, o simplemente disfrutarlo con refresco de cola y una rodaja de limón.

#NotGin

Los entusiastas del gin que buscan una opción sin alcohol que mantenga la complejidad y frescura de esta bebida espirituosa encontrarán en #NotGin a su bebida ideal. Siente la pureza de sus notas florales, herbales y cítricas, un paseo por la frescura y elegancia del mundo natural. Perfecto para preparar cócteles como el Gin Tonic, el Martini o el Tom

Collins, o para experimentar con combinaciones de botánicos y tónicas premium.

#NotAgave

Esta presentación es crucial para los amantes del agave que desean disfrutar del carácter distintivo de esta bebida sin alcohol a fin de preparar un cóctel clásico, pero sin alcohol. El resultado es una bebida robusta, llena de alma, que transmite la fuerza de la tierra y el cielo en cada sorbo. Recomendado para preparar cócteles como el Margarita, el Paloma o el Tequila Sunrise. Una experiencia auténtica.

Es claro que estas bebidas no reemplazarán por completo a las be-

bidas alcohólicas. De hecho, no es el objetivo que Artisan Zero Alcohol se ha planteado en el mercado. Lo que buscan es brindar alternativas para quienes sienten curiosidad por la sobriedad y la vida saludable, ofreciendo más opciones que solo agua carbonatada. Aquí te dejamos tres recetas que propone Artisan para disfrutar de una nueva experiencia sin alcohol.

#NotWhisky Mule

- Artisan #NotWhisky
- Mr. Perkins Ginger Beer
- Romero

Agregamos hielo en el vaso, servimos 2 oz de Artisan #NotWhisky y completamos con 2.5 oz de Mr. Perkins Ginger Beer. Finalmente, decoramos con una rami-

ta de romero flambeado para obtener un aroma ahumado.

#NotRum Punch

- Artisan #NotRum
- Mr. Perkins Pineapple Punch
- Limón

Agregar hielo en el vaso, servimos 2 oz de Artisan #NotRum y 2 oz de Mr Perkins Pineapple Punch. Exprimimos limón y mezclamos. Para culminar, decoramos con piña en rodajas.

#NotGin Tonic

- Artisan #NotGin
- Mr. Perkins Tonic Water Blossom
- Arándanos

Agregamos hielo en el vaso, dosificamos 2 oz de Artisan #NotGin y 2.5 oz de Mr. Perkins Tonic

Water Blossom. Finalmente, decoramos con arándanos y exprimimos piel de naranja para perfumar y decorar.

Quédate atento a las redes sociales de Artisan Zero Alcohol (@artisanzero), pues próximamente llegarán nuevos lanzamientos para elevar tus cócteles: #NotVermouth, #NotTripleSec, #NotAmaro y #NotAmaretto. ¡Disfruta de beber sin límites!





No al piloto automático

Por Jasmine Rincón Morales*

«No soporto a la gente que no toma en serio la comida». Si bien me siento identificada con esta frase, en realidad, es uno de los muchos aforismos memorables de Oscar Wilde. Cuántas veces te has descubierto diciéndote a ti mismo, «¿de verdad? ¿ya me tomé el café?» después de haber estado inmerso en una larga llamada telefónica de trabajo. O cuando vas al cine y no te das cuenta de la cantidad de pop-corn que has comido hasta que se terminan mucho antes de que comience la película. La comida no es solo una necesidad fisiológica, sino también una fuente de placer, cultura y conexión humana. Wilde sugiere que tratar a la comida con indiferencia es perder de vista una de las mayores alegrías de la vida. Cada comida es una oportunidad para experimentar nuevos sabores, compartir momentos con seres queridos y celebrar la creatividad culinaria. Cuando vivimos en piloto automático, sin prestar atención a lo que estamos haciendo o estar completamente presentes en nuestro cuerpo, no somos conscientes de las sensaciones de hambre o saciedad, y no saboreamos ni disfrutamos nuestra comida.

El estilo de vida acelerado nos ha llevado a una desconexión con uno de los placeres más simples y fundamentales: comer. Comemos frente a pantallas, en reuniones, corriendo hacia la próxima tarea. Este piloto automático impide que disfrutemos plenamente cada bocado, y que nos beneficiemos de la experiencia sensorial completa que la comida puede ofrecer. Tomar en serio la comida implica apreciar no solo el sabor, sino también el arte y el esfuerzo detrás de su preparación. Desde los ingredientes hasta la presentación, cada aspecto de una comida puede ser una expresión de amor y cuidado.

Redescubriendo el placer de comer

Imagina que te acaban de dejar en este planeta y no sabes nada sobre dónde estás. Nunca has experimentado nada de la Tierra. Sin experiencia, no hay juicios, miedos ni expectativas. Todo es nuevo para ti. Con esa mirada de turista o con la curiosidad de un niño, experimenta. Este es el punto de partida de la alimentación consciente o Mindful Eating, una práctica que nos invita a prestar atención a la comida de forma intencionada, momento a momento.

El Mindful Eating se centra en la conciencia sensorial de la comida y en la experiencia con la misma. El objetivo de la alimentación consciente no es perder peso, aunque es muy probable que quienes adoptan este estilo de alimentación lo hagan. La intención es ayudar a las personas a saborear el momento y la comida, y fomentar su plena presencia en la experiencia de comer y compartir. ¿Cómo practicar la alimentación consciente? Primero, **desacelera**. Antes de comenzar a comer, observa tu comida. Nota sus colores, percibe los aromas, siente la textura de los alimentos. Tómate el tiempo para saborear cada bocado. **Sin distracciones**, apaga la televisión o guarda el teléfono. Concéntrate completamente en la experiencia de comer, percibiendo cada aroma y cada ingrediente. **Escucha a tu cuerpo**, poniendo atención a las señales de hambre y saciedad. Come cuando tengas hambre y detente cuando estés satisfecho. Por último, **agradece**. Tómate un momento para agradecer por la comida que tienes frente a ti. Este simple acto puede aumentar tu disfrute y apreciación.

Al adoptar la alimentación consciente, estamos sembrando las semillas de una vida más plena y saludable. Es un llamado a saborear cada aspecto de la vida con pasión y gratitud. En un mundo acelerado, tomar un momento para disfrutar y valorar la comida puede ser un acto de resistencia y celebración de la vida en sí misma. Al reflexionar sobre esta frase, recordamos la importancia de tratar cada comida con el respeto y la atención que merece, reconociendo el papel fundamental que juega en nuestra felicidad y bienestar emocional. Así, tomarnos la comida en serio no es solo un signo de buen gusto, sino también una expresión de nuestra humanidad y aprecio por la vida. En este nuevo año que comienza, te invito a redescubrir el placer de comer con atención plena porque cada bocado es una oportunidad para nutrir tu cuerpo y alma.



Chef & Sommelier
@thenewsommelier



MIL DEMONIOS

BODEGA

SIN REGLAS

Created and Drunk by owners

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



De la Chacra al Bar

De la Chacra al Bar es una institución que le brinda una oportunidad a todos los jóvenes de estudiar y cruzar fronteras a través de la coctelería y el barismo. Su visión es que Cusco sea reconocido, además de todas sus bondades, como un destino coctelero en el que se revalorice nuestros productos autóctonos y todos los destilados que se elaboran en Perú.

Escribe: Aaron Plasencia

«De la Chacra al Bar» fue fundada por Jhinmi Kinmi, licenciado en Turismo y Administración de Empresas. Desde su fuero interno estaba interesado en la coctelería y el servicio, por lo que se convirtió en un bartender profesional. Salió de su natal Cusco para viajar a Lima con una mochila de ilusiones y sueños por cumplir para seguir capacitándose, buscar nuevas oportunidades y trabajar en la restauración, específicamente, detrás de la barra. Es así que en

su periplo por la capital de Perú tuvo la oportunidad de trabajar en diversos hoteles y restaurantes. Entre los más destacados se encuentran Westin, Hotel B, Bottega Dasso y Osso, donde aprendió ampliamente sobre barismo y coctelería. Dichas experiencias laborales impulsaron su creatividad, lo que lo llevó a límites inimaginables como el hecho de crear cócteles con carne.

Debido a su empeño y habilidad en la coctelería pudo participar en concursos de renombre inter-

nacional que le permitieron conocer diversos países de Europa y Latinoamérica. Allí estuvo cerca de expertos en el rubro y conoció al máximo nuevos estilos y técnicas que lo colocaron en otro nivel profesional. «De la Chacra al Bar» es un proyecto que surge para revalorizar productos que nacen de la tierra. Más de una vez hemos bebido algún cóctel o probado un delicioso platillo, pero no necesariamente conocemos todo el proceso desde que el producto crece en las chacras hasta que llega a nuestras mesas.



Este proyecto estuvo en la mente de Jhinmi durante muchos años hasta que, como a muchos les pasó, la pandemia lo ayudó a iniciar con ello.

Esta decisión lo llevó a quedarse en su natal Cusco, y se tradujo en una muy buena oportunidad para conocer a detalle todo lo que en ese enigmático lugar se encuentra. Dentro de lo primero que pudo observar es la realidad de los agricultores, el duro trabajo y lo importante que es para nuestro país. En aquellos lugares altoandinos hay muchas personas con ánimo de conocer más que solo sus vastas tierras. Eso también es parte de la misión de «De la Chacra al Bar»: darles una oportunidad a todas las personas de aprender sobre coctelería y barismo como un medio que los ayude a surgir y buscar nuevos horizontes.

En ese escenario, la academia de Jinmi Kinmi empezó a ser conocida para acoger a un sinfín de jóvenes cusqueños, muchos de ellos de bajos recursos provenientes de comunidades altoandinas. Elaboró un programa que está a la altura de las expectativas. «Mi objetivo es que los jóvenes sin recursos puedan estudiar y trabajar, pero conociendo

realmente cómo se desempeña un bartender, por lo que la metodología es práctica», resalta.

Se imparte el programa de Bartender y Barismo, cuya duración es de cuatro meses (posteriormente durará seis meses), en el que actualmente participan bartenders de reconocimiento nacional e internacional. Muchos





giones con denominación de origen), así como de gin, whiskies, etc. El desarrollo de las distintas actividades es posible debido al amplio horario de atención que va de lunes a domingo.

«De la Chacra al Bar» es un proyecto con una visión que va más allá del crecimiento individual de Jhinmi, en el que también se incluye el desarrollo de la coctelería y el barismo en Cusco y de su gente. Él otorga a muchos jóvenes la oportunidad de participar en un escenario real de un profesional de la coctelería, donde incluye un curso de inglés técnico avalado por la certificación técnica del Instituto de Desarrollo Educacional y Gestión Empresarial (IDEGEM) con respaldo del MINEDU. Si estás en Cusco y quieres vivir



de ellos viajan desde Lima para brindar todo su conocimiento y experiencia, como por ejemplo Rodrigo Gayona (jefe de barra de Marriott Cusco), Juan Manuel Herrera (bartender con experiencia en las barras de Astrid y Gastón, Sayani, etc.), Jesús Paredes (bartender finalista de concursos nacionales y regionales). Además, se dictan clases breves bajo la denominación de «Talleres de Especialización» los fines de semana.

La meta es que las personas, de cualquier edad y procedencia, puedan aprender sobre coctelería, barismo, café, maridaje, entre otras áreas relacionadas con la coctelería y la restauración en Perú. Asimismo, en dicho lugar de culto para la coctelería y el barismo se ofrecen catas de destilados peruanos como el infaltable pisco (de las distintas re-

las distintas experiencias que se ofrecen en «De la Chacra al Bar» comunícate con ellos a través de su cuenta en Instagram @delachacraalbar_.



AMADOR

EL ROOFTOP DE MODA

Luis Alza, junto a su filosofía de enfoque en el producto, ha creado una carta que da vida a Amador, el nuevo Rooftop que está dando la hora en Lima y se ha convertido en el bar revelación. Visítalos en Av. Camino Real 315, San Isidro.

Escribe: Valeria Burga



No cabe duda de que Amador es el Rooftop revelación de 2024. Con pocos meses operando, ha demostrado que su propuesta coctelera y la vibra que emana de su ambiente elevan la energía de todos sus visitantes. Arrancaron su travesía con diez cócteles de autor de la mano de Luis Alza, experimentado bartender y ganador de World Class 2022. También es docente en la escuela Gourmet Bar y asesor de bares, lo que hizo que los propietarios pusieran sus ojos en él para armar la carta. «Amador es un empresario Sanisidrino, exitoso y de mundo, a quien le encanta la buena comida y el buen beber. Todo esto lo plasma en su Rooftop en pleno Centro Financiero de San Isidro y cuenta con una vista espléndida a la iglesia Virgen del Pilar. Este Rooftop invita a desconectarse del ajetreo del trabajo junto a una coctelería de alto nivel y gastronomía que no tiene nada que envidiarle a cualquier restaurante de la zona», comenta.





Comenzó en Malabar con Pedro Miguel Schiaffino. Después pasó por Amaz, el primer restaurante con producto amazónico en Lima. «Tengo bastante influencia de los insumos amazónicos. Eso ha ido nutriendo mi coctelería», asegura. Estuvo un tiempo por Maras Restaurante del Hotel Westin, para

después pasar a La Niña de Andrés Orellana. «Empezamos con un concepto orientado a lo gastronómico, pero la tendencia y el público nos llevaron a elevar la coctelería». Luis Alza es ganador de World Class 2022, una competencia de Diageo, y representó a Perú en el campeonato mundial llevado a cabo en

Sydney, Australia. «Una experiencia increíble y enriquecedora», nos cuenta.

Luis se considera versátil y enfocado en el producto. «Busco que el producto viva y tenga sentido en un cóctel para que las personas puedan apreciar el sabor. Menos es más. No me considero extravagante», dice. En Amador, ha transitado por diversos insumos a fin de explorar cada faceta del personaje. Morris Sour, por ejemplo, es una variante de un sour. Lleva Pisco Moscatel Santa María Magdalena, lillet, tomillo, romero, naranja agria y aquafaba. Otra opción es Skyscraper, que simboliza un cóctel fresco, refrescante, ligero. Se compone de Johnnie Walker Black Label, Avelino Rosa, Toronja, Estragón y Fever Tree Indian Tonic.





Si estás buscando los más populares, puedes optar por Gina Punch compuesto de Tanqueray Ten, Aperol, piña, Fair Almond y castañas. Una excelente apuesta para comenzar una noche en Amador. Por otro lado, si prefieres propuestas un poco más arriesgadas y complejas como yo, recomiendo Wulóng High Ball. Nunca había probado un cóctel a base de té y que sea bien equilibrado. Luis logró sorprenderme con esta mezcla de Tequila Don Julio Blanco, Sinsonte, cordial de lima Kaffir, Oolong Basil & Lemon Tea (infusión de té con albahaca). En Amador, la gastronomía también tiene un espacio muy importante, pues lleva el sello de Palmiro Ocampo. Cuentan con pizzas, makis, sushis, hasta platos de autor.

Lo nuevo de Amador es que está

abriendo almuerzos los jueves y viernes. La idea es que tengas un almuerzo diferente y fresco en una terraza abierta, con el sol limeño y una vista de la catedral. La carta es diferente a la de la noche. Por su parte, la coctelería sigue siendo la misma, pero la idea es que entren opciones un poco más frescas como burbu-

jas y cerveza de caño. «Amador es un Rooftop distinto a los que ya existen en Lima. Buena gastronomía, coctelería, música y ambiente. Son los ingredientes para un éxito asegurado», concluye el bartender. Visita Amador en Av. Camino Real 315, San Isidro y disfruta de una velada distinta.





Macrotendencias en bares y restaurantes

Por Rosa Bonilla*

La sostenibilidad, la salud y la variedad encabezan la lista de las macrotendencias para 2025 en restaurantes y bares a nivel global según el estudio What's Hot Culinary Forecast de la National Restaurant Association. A medida que los consumidores se interesan más en su bienestar individual y el medio ambiente, los chefs y dueños de los principales restaurantes y bares del mundo apuntan a incluir opciones más conscientes en los menús, principalmente en los que son dirigidos a los niños. Está en aumento la incorporación de ingredientes sostenibles y de origen local en la preparación de alimentos y bebidas, tal como señala este estudio.

Para el 2025 esta tendencia seguirá. Los clientes habituales de los restaurantes (millennials y la generación Z) indican que quieren opciones más saludables y sostenibles cuando salen a comer fuera de casa y esperan que sus alimentos sean de origen local y con un desperdicio mínimo. De hecho, los profesionales de la industria citan el compromiso de los restaurantes con la sostenibilidad como una tendencia clave que influye en la decisión de compra y fidelización de los consumidores. Aquí les dejo cinco tendencias macro para 2025 en bares y restaurantes.

1. Sostenibilidad y abastecimiento local. Los clientes esperan que los restaurantes que frecuentan reduzcan el desperdicio de alimentos y sean transparentes sobre el origen de los insumos de la comida que sirven.

2. Ofertas/propuestas de valor. A medida que las secuelas de la economía inflacionaria continúan afectando las billeteras, los clientes buscan obtener más por su dinero. Esto no supone reducir los precios, sino ofrecer experiencias innovadoras.

3. Menús más pequeños o simplificados. Con los consumidores buscando un mayor valor y los costos inflacionarios presionando a los dueños de bares y restaurantes, muchos buscan hacer que sus menús sean más dinámicos, pero aún más rentables. Por ejemplo, los flights o menús de degustación funcionan de acuerdo con esta tendencia.

4. Menús saludables para niños. Opciones más saludables que sean sabrosas y satisfactorias para los hijos de los decisores de compra.

5. Abastecimiento hiperlocal. Esto reduce la huella de carbono de un restaurante, ya que los alimentos se transportan a distancias más cortas. También apoya las economías y los negocios locales, y ofrece a los comensales opciones de alimentos más frescos y sabrosos.



Especialista en desarrollo sostenible
@catadonacata



PORTIA

BODEGAS

El arte inspira arte



www.bodegasportia.com

Una bodega de



FAMILIA
MARTÍNEZ
ZABALA

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Delicias del mar

Mirasol se renueva en esta temporada de verano con propuestas de autor que se incluyen en su carta. Andrés Rosas sigue cada vez más las tendencias saludables, por lo que ha dado un giro que se adapta al público extranjero que aprecia la comida marina. Descubre más en esta nota y visítalos en Jr. Choquehuanca 209, Chorrillos.

Escribe: Aaron Plasencia

Andrés Rosas quiso reflejar en Mirasol lo que es Chorrillos, su barrio de toda la vida, a través de una propuesta gastronómica sin precedentes. Los recuerdos de su infancia apuntan al contacto directo que tuvo con el mar junto a sus nueve hermanos. De allí parte su pasión por los insumos frescos y el valor que les da en la cocina que ha ido forjando. Esto también es arraigado de su padre, pescador por afición que le inculcó desde niño el amor por el terreno marítimo y su buena comida. «Todos los fines de semana íbamos a la playa y acampábamos allá. Sus amigos iban a pescar y luego traían la canasta con todo lo que habían conseguido. Nosotros, los chicos, limpiábamos.





Algunas veces alimentamos a las gaviotas. Era como un juego, pero eso nos enseñó a reconocer cómo era un producto fresco, recién salido del mar», rememora Rosas.

Este legado familiar se transmite en la carta de Mirasol sin importar el paso de los años. Hoy, con una amplia trayectoria, acogen cada vez más al público extranjero que se interesa por nuestra propuesta culinaria, la cual ya está en los ojos del mundo. Ante ello, Andrés busca promover el consumo de los insumos más oriundos de Perú y con menos procesos de frituras, ligados a la tendencia saludable. Uno en los que más hace énfasis es la quinua, lo cual revoluciona la cocina marina. En esta carta se incluyen diez platos nuevos de autor, la cual corre desde la pri-

mera semana de enero. Hay un ceviche de mango con champiñones, así como la causa vegetariana, lo que demuestra que Mirasol atrae a este tipo de clien-

tes. «Los sabores de un plato vegetariano no tienen por qué ser básicos. De hecho, aquí también encontramos una explosión de sensaciones», dice.

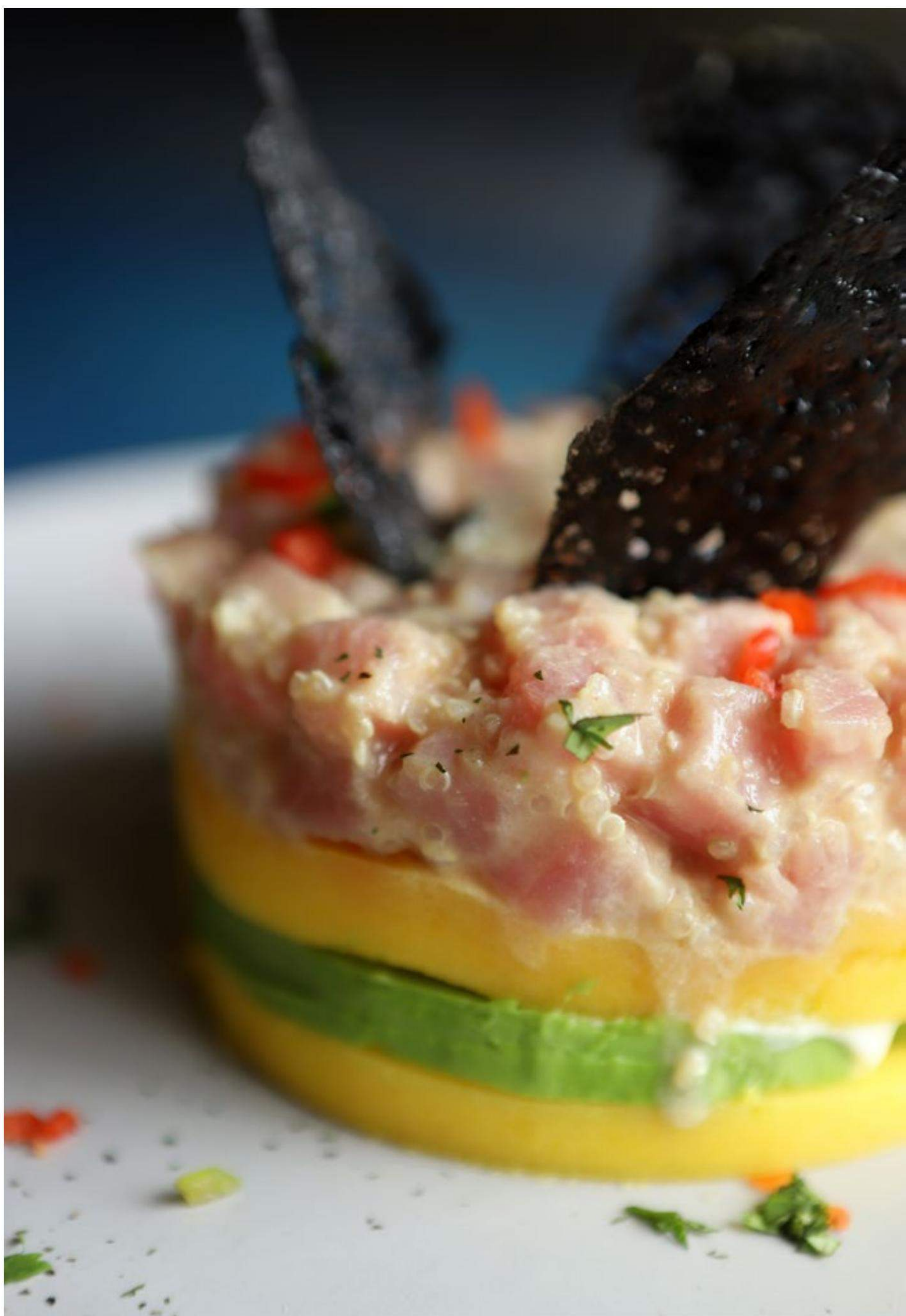


Un viaje a Piura le dio otra óptica para esta nueva carta. «Se estila el amatalado, mezcla de frijol con arroz y sudado de pescado. Consideré que esto se podía traer a Lima. Lo convertí en el Tacu tacu con sudado de mariscos y pescados. Del mismo modo, creé otro Tacu tacu que se amalgama con quinua, cañihua y chíá para la textura junto a un saltado de verduras». También usan mucho plátano, lo que derivó a los Patacones a base de pulpa de cangrejo y concha de abanico. Sobre ello se coloca queso parmesano y mozzarella gratinado. «En Centroamérica se consume esto, pero no lo gratinan. Por ello, quise colocarle mi sello», asegura. Otra opción es la Ensalada de quinua con verduras como tomate cherry, diferentes lechugas, pimientos, champiñones. Un platillo muy

visual, acompañado de un aliño que mezcla vinagre balsámico con aceite de oliva y mostaza de dijon.

Mirasol nos invita a deleitarnos de este placer veraniego con una carta de base marina, pero enfocada en una zona turística con un público que se interesa por la gastronomía peruana. «Recibo mucha información de

los turistas sobre los sabores que les gustan y lo traslado a mi cocina», sentencia. Mirasol mezcla las raíces norteñas, andinas y chorrillanas. Si te gusta disfrutar de una tarde encantadora rodeado de la brisa del mar y probar una sazón auténtica, este es el restaurante ideal para ello. Encuéntralos en Jr. Choquehuanca 209, Chorrillos.







Terraza & Bistro

Visitamos Saya, un espacio confortable que ofrece diferentes experiencias para que quienes los visitan puedan disfrutar en cualquier momento del día. Aquí la experiencia que compartimos dentro de MGallery Manto Hotel (Calle Los Libertadores 490).

Escribe: María Elena Cárdenas

Saya Terraza & Bistro es el restaurante que se encuentra dentro de MGallery Manto Hotel. Es un restaurante mediterráneo de confort food con un concepto fresco y divertido hecho para todo tipo de clientes, en un espacio con una decoración que invita a relajarse y deleitarse. Nos recibió Carlos Zegarra, el chef ejecutivo del restaurante. Con tan solo 31 años ya lleva 15 de ellos de experiencia en la cocina. Se formó en restaurantes como Francesco, Cala, Costa Verde. Fue jefe de cocina en Zsa Zsa, el restaurante de Rodrigo Conroy. Vivió un tiempo en República Dominicana donde

trabajó en una importante corporación de restaurantes del país.

A su regreso, ingresó a trabajar en Mayta y luego junto a Rafael Piqueras ayudándolo a abrir su restaurante. Finalmente, llegó a la familia Saya donde busca darle una nueva estructura y remodelación a la carta, la misma que se destaca por su fusión moderna de cocina mediterránea, pero reflejando su inspiración en la despensa peruana, como un homenaje a los artesanos y a los productos de temporada. Transformar los productos en experiencias elevadas es la finalidad de su propuesta. Por esto trabajan con la política



de 'Kilómetro 0', exigiendo el uso de productos locales de artesanos y pescadores de la región, agricultores que traigan artículos de temporada, buscando ser una cocina sostenible y local con toques mediterráneos.

Carlos quiere hacer que el concepto no solo sea un restaurante de hotel, sino de competencia a nivel nacional que se sienta cómodo y divertido con una experiencia elevada donde los platos son bien trabajados y respetados. Su filosofía es siempre dar la mejor opción del producto. Para conseguir esto, no solo cuidan lo que ofrecen a los clientes, sino también a sus trabajadores. Con el departamento de talento y cultura cuidan el clima laboral del trabajador que es valorado como un cliente más con actividades que incluyen tardes de cine, juegos de mesa, y acciones que los manten-

gan motivados e involucrados.

Esta fue nuestra primera visita al restaurante, así que el chef hizo una selección de platos y cada uno de ellos fue explicado por él. Empezamos con unas alcachofas en salsa de yemas, batidas con su propia agua de cocción, crema de leche y parmesano además de aceite de trufas y selladas en chimichurri y con limón rayado aportando frescura al plato. Continuamos con unas Conchitas Batayaki bañadas en mantequilla pomada con toques orientales, ajo crocante y cilantro frito. Seguimos con un tartar de salmón especiado que usa el humo como ingrediente. Toques de eneldo y palta en dos texturas con unas tostadas que ellos mismos preparan. La verdad es que este plato es una verdadera delicia.

Mientras esperábamos los siguientes platos, llegó la hora de la bebida. Cecilia Monzón, jefa



de bar, preparó un cocktail llamado la Chingona en honor al empoderamiento femenino y a la cultura mexicana. Incluye en su receta Mezcal, tequila blanco, lillet blanc, sirope de manzana ácida y soda de manzana verde



decorado con colores hechos de mantequilla de cacao. Este cocktail es parte de la nueva carta de bebidas que estrenan para estos días de verano. Seguimos con este tour por los platos del restaurante y le tocó el turno a los que el chef denomina como platos estrella: el Ceviche Signature y el Pato a la naranja.

El Ceviche Signature es una versión de nuestro clásico plato bandera, pero con una crema hecha de verduras blancas, cebolla, papa, apio y un secreto del chef, creando una textura que aportó mucho a esta nueva forma de preparar un ceviche. Una delicia. El Pato a la naranja, un exquisito magret bañado en salsa de naranja china y tocino, espuma de Cecina y papitas fritas al tomillo. Un plato con diferentes texturas cremosas, crocantes y sabores salados y dulces que juntos en boca crean una experiencia inmejorable.



Ahora le tocó el turno a los Gnoquis cacio e Pepe, una pasta artesanal hecha en Saya, salsa de quesos y pimienta recién molida, que también tiene un secreto del chef. Los mejores que probé en mi vida. Finalmente, un Steak frites en salsa a las tres pimientos que estaba en el punto exacto de cocción para poder disfrutar la carne como corresponde para que se mantenga jugosa y sabrosa. Para cerrar la experiencia llegó el momento del postre y nos ofrecieron una Crema volteada de avellanas y jalea de maní con textura crujiente de cacao. Un postre para compartir, pero que en realidad podría disfrutarlo sola. Delicioso.

Nosotros elegimos el almuerzo para visitarlos, pero tienen varias propuestas. Entre ellas los jue-

ves de Barra Marina donde por 69 soles prueban ilimitadamente un buffet de platos fríos como leche de tigre, cevichitos, causitas, pulpo al olivo, y calientes como parihuela, arroz con mariscos y también mini postres como Tiramisú, Merengado de Chirimoya y Cheesecake de frutos rojos. Además, pueden disfrutar de un desayuno buffet o de la tea time y, para los amantes del vino, pueden optar por la opción de comprar una botella desde 100 soles que incluye una tabla de quesos producidos en comunidades peruanas.

Los invito a que disfruten de esta experiencia en esta temporada de verano. La terraza es ideal para ello. Encuéntralos en Calle Los Libertadores 490 San Isidro de 6:30 am a 11:00 pm.

Una verdadera

Este 2025, Romovi Wines y Concepto Placer se aventuran en ofrecer nuevas experiencias en diversos restaurantes junto al surtido portafolio de vinos que manejan. Esta vez nos tocó visitar Hanzo, donde Robby Montenegro y Lalo Fujihara hicieron gala de su expertise en los maridajes. Aquí te contamos más.

Escribe: Valeria Burga
Fotos: Jaime Cuellar



ra experiencia



Me reuní con Robby Montenegro en Hanzo, donde Lalo Fujihara despliega sus dotes culinarios y su pasión por la comida japonesa con la fusión local. Como siempre, Robby seleccionó al milímetro algunos vinos de su portafolio, los cuales fueron el complemento perfecto de esta propuesta de cinco tiempos. La primera parte estuvo ligada a lo japonés, continuamos con la onda Nikkei y culminamos con la fusión. «Siempre digo que Hanzo no es una barra de sushi y la cocina Nikkei no es solo pescado. Aquí he desarrollado otras propuestas, incluyendo los platos calientes», afirma Lalo. Él y Robby se conocen hace dos años, pero han forjado una gran amistad. «Viajamos juntos. Ha cocinado varias veces en Argentina con nuestros productos. Existe una afinidad porque ambos sabemos bien lo que hacemos. Entonces, nos ha sido fácil armar esta experiencia», agrega Montenegro.



Empezamos con cinco cortes de sashimi de salmón, corvina y langostinos, así como un nigiri de salmón con sal de maras. Para acompañarlos, el vino elegido fue el espumoso de Alma Negra. El resultado es impecable. No cabe duda de que ambos sabores se abrazan. Lo que necesita el sashimi es algo que limpie el paladar y ante ello se le colocan las burbujas y la acidez que posee Alma Negra. «En nuestro portafolio, este vino es bastante accesible. Lo mismo buscamos con nuestras experiencias, así más personas podrán tener acceso a ellas. Buenos vinos, pero no excesivamente costosos. Queremos una

experiencia de vida», dice Robby. Podemos decir que hasta los colores del plato y el vino se complementaron. Estéticamente bueno al igual que las sensaciones que genera en boca. Gran inicio.

En el segundo paso, Lalo nos sorprende con un complejo Smoke shake tiradito, compuesto por finos cortes de salmón curado, pulpo y palta con salsa de ají amarillo ahumado. Un sabor delicado, pero con capas de sabores que son el equilibrio ideal para un Peyrassol La Croix. El Grupo Vignoble Austruy ofrece este vino de Provenza, Francia. No hay rosados como este en otra parte del

mundo. Eso es un hecho. El tercer tiempo consta de un Hattori Roll. En palabras de Lalo, este es un maki con una lámina de arroz y salmón relleno de pulpa de cangrejo, queso, palta y langostino acompañado con salsa umeboshi. La salsa eleva totalmente la experiencia con el maridaje del vino Indomable Malbec Blanco, una apuesta disruptiva que trae Romoví Wines. «Con Andres Ridois siempre discutimos sobre quién tuvo la primera idea de hacer un blanco de Malbec en Argentina. Nos tomó siete años. Este es el primero en el mundo», afirma. A mí me sorprendió. Al realizar el maridaje, parecía un vino rosado





en nariz y en boca. Si se deja a más temperatura, hasta podríamos confundirlo con un tinto. Esa es la magia de Indomable.

En la siguiente etapa, pudimos apreciar la dualidad de dos vinos que me encantan: Alma Negra y Mil Demonios Assemblage. Para 2025, Robby se ha propuesto impulsar sus dos blends emblemáticos al máximo. Por ello los ha colocado en este ejercicio culinario, donde los probamos con un Asado de tira cocinado por 12 horas en cocción lenta bañado con tensuyo y vino tinto y acompañado con puré de satoimo; así como un Pato Nikkei: magret de pato

en salsa de UME (ciruela japonesa) y frutos rojos, con puré de papa amarilla. A mi juicio, Alma Negra quedó espectacular con el asado de tira. La añada 2021 es mi nueva favorita, pues se muestra muy elegante y perfecta para armonizar este tipo de platos. Por su lado, el carácter de Mil Demonios es el socio perfecto para el pato. De todos modos, ambos vinos combinan con los dos platos. Hay que venir a Hanzo para definir cuál te gusta más que el otro. Ese es el objetivo que trae a la mesa Concepto Placer y Romovi Wines: tener opiniones diferentes para disfrutar de la misma experiencia.

Finalmente, los postres se coronaron con el vino Cinco Sentidos Torrontés, un Late Harvest que refuerza la idea de culminar una experiencia con un vino dulce. Lo probamos junto a un Cheesecake japonés con toques de sake y frutos rojos, además de un rollito de primavera rellenos de pie de manzana. Está de más decir que el resultado fue excelente al igual que toda la experiencia. Robby y Lalo siempre aciertan con lo que ofrecen. Pero juntos lo hacen mucho mejor. Disfruta de una verdadera experiencia en Hanzo Surco (Av. Primavera 1494). Totalmente recomendado.





El arte del Pisco

Por Livio Pastorino Wagner*

Comparto un resumen de cuatro piscos que me han gustado en este último año.

1. Quebranta puro de Bodega Santa María Magdalena (Pisco, Ica)

Este Quebranta típico de Ica destaca por su frescura y su característica intensidad, como dicen, 'golpea el pecho'. Esto, lejos de ser un defecto, es una gran cualidad. El pisco de Quebranta siempre nos muestra su fortaleza: cálido, con una sensación envolvente que calienta la boca. En nariz, ofrece recuerdos de campo, notas herbáceas y un perfil neutro, pero equilibrado y armonioso. Su persistencia es media-larga. Un pisco 'egoísta' que invita a disfrutarlo solo. Lo acompaño con un pie de pecanas o chocotejas.

2. Acholado de Mostos Verdes 'Mollar-Italia' de Bodega Monte Carmelo Azpitia (Lima)

Una mezcla curiosa y bien lograda. La uva Mollar se hace sentir, mientras que la Italia, a pesar de ser la más aromática, cede protagonismo para alcanzar una armonía perfecta. A mi juicio, los mejores Mollares e Italías provienen de la región Lima, y este pisco lo confirma. Acompañé esta experiencia con un clásico turrón de Doña Pepa, disfrutándolo bocado a bocado.

3. Mosto Verde Torontel 'Gold' de Bodega Viñas de Oro (Chincha, Ica)

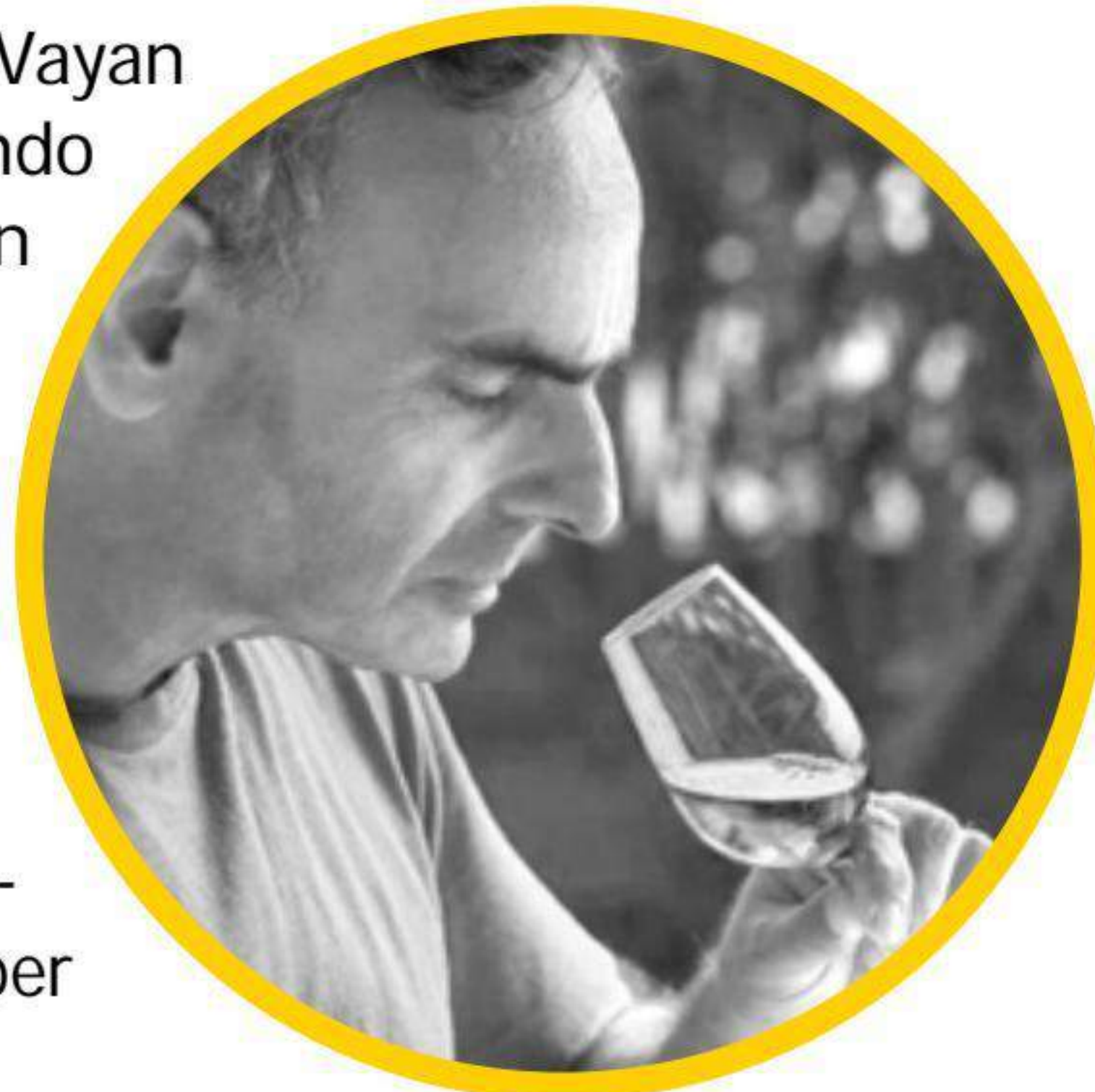
Un mosto verde aromático que se ha quedado en mi memoria. Al escribir estas líneas, su persistencia en boca aún me acompaña, incluso tras más de 20 segundos. En nariz, destacan aromas de fruta cítrica, azahares, un toque de canela y frutas blancas; logrando un equilibrio perfecto. En boca, ligero picor que recuerda a la piel de lima, un-

tuoso, sedoso, con un suave tostado y persistencia prolongada. Este pisco marida de maravilla con un panetón (añadiendo un par de gotas) o un mousse de maracuyá. Sea cual sea el acompañamiento, siempre cae bien.

4. Acholado de Piscos Puros de Bodega El Huarango (Ica)

Los acholados son un arte complejo. Según la norma vigente, deben elaborarse con más de una variedad de uva pisquera. En este caso, la etiqueta no detalla las variedades usadas. Algunos productores emplean hasta siete cepas distintas. ¿Es posible identificar tantas en cata? Probablemente no. Lo que realmente importa es la calidad del destilado, la percepción mínima de dos variedades, el equilibrio entre ellas y la frescura. Este pisco se disfruta mejor con un mousse de chocolate y lúcuma, acompañado por el ritmo suave de un buen blues.

En mi opinión, estos piscos no deberían mezclarse. Son para disfrutar puros, en familia o con amigos. Les propongo un ejercicio de cata: sirvan el pisco y pregunten a sus invitados qué perciben en la primera olfacción. Vayan anotando y comparando en cada etapa. Es un divertido juego que enriquecerá sus memorias olfativas. Recuerden que en cata no hay absolutos, todo es discutible. ¡Salud! Hasta la próxima. Recuerden beber con responsabilidad.



Sommelier, Especialista y Catador de Pisco
Registro: CRDO-PISCO 2020 RCO-034-2011
www.liviopastorino.com
@elmagozurdo



LOS MEJORES COR TES

En **Vittory Meats**
transmitimos toda
nuestra experiencia
en el canal **Horeca**



CONTACTO

+51 977 631 075

@vittorymeatsperu

VICTORIANO

Taberna de La Victoria

Carta, reservas y más:



Parque Unión Panamericana 221, Balconcillo, La Victoria



+51 985 302 261



admin@tabernavictoriano.com



@victoriano.taberna



DA ASESORAMIENTO ASESORAMIENTO ASESORAMIENTO ASESORAMIENTO

GRUPO DE PASDEL GRUPO DE PASDEL GRUPO DE PASDEL GRUPO DE PASDEL

de pasdel Grupo de pasdel Grupo de pasdel Grupo de pasdel Grupo

o, no obligatorio, no obligatorio, no obligatorio, no obligatorio,

gatorio, tiempo gatorio, tiempo gatorio, tiempo gatorio, tiempo